

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Penelitian ini mencoba untuk menjawab tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui Pengaruh *brand trust* dan *brand image* Terhadap loyalitas pelanggan body lotion nivea dengan kepuasan sebagai variabel intervening (Studi kasus pada masyarakat diwilayah desa gempolan). Hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan analisis regresi linear berganda dan analisis jalur menunjukkan bahwa :

1. Hipotesis pertama diterima, artinya variabel *Brand Image* berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Body Lotion Nivea Pada Masyarakat Desa Gempolan
2. Hipotesis kedua diterima, artinya variabel *brand trust* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Body Lotion Nivea Pada Masyarakat Desa Gempolan
3. Hipotesis ketiga diterima, artinya variabel *brand iamge* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Body Lotion Nivea Pada Masyarakat Desa Gempolan
4. Hipotesis keempat ditolak, artinya variabel *brand trust* tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Body Lotion Nivea Pada Masyarakat Desa Gempolan

5. Hipotesis kelima diterima, artinya variabel kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Body Lotion Nivea Pada Masyarakat Desa Gempolan
6. Hipotesis keenam diterima, artinya variabel kepuasan pelanggan dapat memediasi hubungan *brand image* terhadap loyalitas pelanggan Body Lotion Nivea Pada Masyarakat Desa Gempolan
7. Hipotesis ketujuh diterima, artinya variabel kepuasan pelanggan dapat memediasi hubungan *brand trust* terhadap loyalitas pelanggan Body Lotion Nivea Pada Masyarakat Desa Gempolan

#### **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian ini, penulis memberikan saran atau masukan sebagai berikut :

1. Perusahaan yang memproduksi Nivea disarankan untuk meningkatkan kualitas *body lotion* untuk hasil yang lebih memuaskan pelanggan sehingga *brand image* dan *brand trust* perusahaan Nivea lebih baik lagi, hal ini dikarenakan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *brand image* dan *brand trust* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *brand image* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, maka disarankan untuk membangun *brand image* yang baik melalui peningkatan kualitas produk atau melakukan Tindakan yang baik berupa menjadi sponsor amal atau hal baik yang membangun citra yang sangat berkesan dikalangan Masyarakat, Namun *brand trust* tidak berpengaruh loyalitas pelanggan sehingga perusahaan

dapat melakukan evaluasi dengan tujuan untuk dapat menyesuaikan dengan kebutuhan pelanggan seperti dengan manfaat terhadap beberapa kulit yang belum mampu diselesaikan atau mengenai harga yang terbilang tinggi.

3. Disarankan untuk mencari tahu kembali apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh Masyarakat agar dapat memenuhi kepuasan pelanggan, dikarenakan berdasarkan hasil penelitian kepuasan pelanggan mampu mempengaruhi loyalitas pelanggan serta menjadi variabel perantara terhadap *brand image* dan *brand trust* terhadap loyalitas pelanggan.
4. Untuk penelitian selanjutnya disarankan mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan variabel dan indikator lain guna mengembangkan penelitian serta variabel yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan.

